

VERSO UN CLIENTE PIÙ CONSAPEVOLE

di MARIA MORO

NONOSTANTE L'OBBLIGO PER I PROFESSIONISTI DI SOTTOSCRIVERE UNA POLIZZA DI RC SULLA PROPRIA ATTIVITÀ, I SETTORI INTERESSATI NON SONO ANCORA PIENAMENTE COPERTI. SI PAGA UNA SOTTOVALUTAZIONE DEL RISCHIO E UNA PERCEZIONE NEGATIVA DELL'OBBLIGATORietà: L'INTERMEDIARIO È LA FIGURA NECESSARIA PER FORNIRE RISPOSTE COMPETENTI

L'Italia è uno dei Paesi europei che presentano il più ampio ventaglio di professioni, soggette all'obbligo di iscrizione a un albo, per cui la responsabilità civile è stata resa obbligatoria per legge. Secondo **Marcello Lombardini**, direttore sviluppo commerciale di **ArgoGlobal Assicurazioni**, "si parla per il 2019 di 1,13 milioni di potenziali clienti, il 98% dei quali sono piccoli studi con un fatturato inferiore al milione di euro". Lombardini cita i dati **Finaccord** riportati in *Professional Indemnity Insurance in Italy*, secondo i quali la previsione per l'anno in corso vede la maggiore raccolta premi nell'area medica (571 milioni di euro), ma si attende una crescita più rilevante in percentuale nell'area tecnica (153 milioni di euro), in quella legale (72 milioni) e quella contabile (47 milioni). Guardando ai prossimi anni, secondo lo studio citato, il settore Rc professionale continuerà a crescere nel nostro Paese, e nel 2023 supererà i 958,7 milioni di euro.

Dati positivi, che si scontrano con una realtà in cui l'obbligo di dotarsi di una polizza di Rc professionale è vissuto in maniera tendenzialmente negativa dai

professionisti. Secondo un'indagine condotta dal Centro studi del consiglio nazionale degli ingegneri, per il 57% degli intervistati il prezzo è il primo fattore nella scelta della copertura. La ragione risiede nel fatto che il premio delle polizze Rc è ritenuto oneroso rispetto al rischio percepito: solo il 17% degli ingegneri, infatti, considera la copertura professionale realmente utile, e il disinteresse è dimostrato da un basso livello di conoscenza dei contenuti di polizza. Questo *sentiment*, è probabilmente alla base del fatto che, ha spiegato Lombardini, "ancora nel 2015 il 33% di un target pur evoluto come quello degli ingegneri affermava di non essere assicurato anche se in presenza di obbligo".

COSTRUIRE E PROPORRE LA GIUSTA OFFERTA

È da qui che, secondo Lombardini, "nasce l'opportunità di riuscire a trasformare i dati critici di queste ricerche in suggerimenti, e poi in leve distintive dell'offerta, perché attraverso la conoscenza della copertura gli assicurati comprendano il suo valore". L'approccio al cliente deve includere un'attività di consulenza da parte dell'intermediario, trasparenza, formazione e comunicazione, elementi necessari a far percepire la validità di una polizza che sia comunque accompagnata da un premio sostenibile.

"In questo scenario - ha concluso Lombardini - rimane indispensabile per Argo il ruolo dell'intermediario, figura fondamentale per riuscire a trasferire il reale ambito del rischio e il valore delle nostre polizze". Al centro del rapporto con l'intermediario è la capacità di fornire in tempi rapidi le quotazioni richieste. Argo propone tre strumenti di quotazioni con un differente livello di personalizzazione dell'offerta, indirizzata a avvocati, commercialisti, tecnici e altri segmenti minori.



Marcello Lombardini, direttore sviluppo commerciale di **ArgoGlobal Assicurazioni**